INDRINKONDERZOEK

DRUGPUNT



DRUGPUNT
PREVENTIEDIENST

VAD
VERENIGING VOOR ALCOHOL- EN ANDERE DRUGPROBLEMEN vzw

Vlaanderen
is zorg

INHOUD

Dit rapport en andere resultaten van het onderzoek kan je terugvinden op www.drugpunt.be/indrinken.



INTRODUCTIE

Indrinken (ook wel voordrinken genoemd) is een fenomeen waarbij men alcohol consumeert alvorens men naar een uitgaansgelegenheid gaat. Dit gebeurt vaak in een private, niet-gesuperviseerde setting zoals thuis of bij vrienden. Internationale studies tonen aan dat het indrinken een wijdverspreid fenomeen is, met prevalenties van indrinken tussen 40% en 57% bij mensen die alcohol consumeren (Hughes et al., 2007; Santos et al., 2015). In Vlaanderen zien we dat een derde van de respondenten van het VAD-uitgaansonderzoek 2015 meestal indrinkt en een kwart altijd indrinkt voor ze uitgaan (Rosiers et al., 2016).

Indrinken wordt gelinkt aan een verhoogd risico op lichamelijke klachten en risicogedragingen en is geassocieerd met verhoogde kans op intoxicatie, bingedrinken, combi- en polydruggebruik en een groter verlies van motorische vaardigheden. Indrinkers hebben ook een verhoogde kans om bij gevechten betrokken te geraken, dronken een wagen te besturen en bij indrinkende vrouwen is er een verhoogde kans om slachtoffer te worden van seksuele intimidatie en betastingen (Cameron et al., 2018; Hughes et al., 2007; Kuntsche & Labhart, 2013; Santos et al., 2015; Wells et al., 2009).

Santos et al. (2015) geven op basis van verschillende onderzoeken aan dat motieven voor het indrinken vaak strategisch zijn en dat indrinken vaak bedoeld is om dronken te worden. Studenten gaven aan dat men indrinkt om geld te besparen (DeJong et al., 2010; Wells et al., 2009). In het VAD-uitgaansonderzoek blijken om al in de stemming te raken en omdat indrinken goedkoper is de voornaamste motieven (Rosiers et al., 2016).

Santos et al. (2015) geven aan dat indrinken geen substituut is voor alcoholconsumptie in de uitgaansgelegenheid, maar eerder een additie is aan de alcoholconsumptie tijdens het nachtleven.

Om het fenomeen indrinken nader te onderzoeken, voerden preventiewerkers van het Oost-Vlaamse drugpreventienetwerk ‘Drugpunt’ in samenwerking met VAD een grootschalig onderzoek uit via een online-survey. Een halfopen vragenlijst was in de zomer van 2017 gedurende 18 weken online toegankelijk. Via verschillende kanalen werd de bevraging bekend gemaakt en naar jongeren tussen 12 en 26 jaar gepromoot. In totaal 6.892 respondenten vulden de vragenlijst in, waarvan na controle 6.773 betrouwbare vragenlijsten weerhouden werden voor dit onderzoek.

De antwoorden op de open vragen werden heringedeeld in bestaande categorieën of in nieuwe categorieën ondergebracht, teneinde de antwoorden te bundelen in een overzichtelijk aantal antwoorden. De analyse van de onderzoeksresultaten gebeurde in SPSS 23.

In de tabellen worden in het oog springende verschillen bij bepaalde subgroepen gemarkeerd weergegeven.

Referenties

Cameron, M. P., Roskruge, M. J., Droste, N., & Miller, P. G. (2018). Pre-Drinking and the Temporal Gradient of Intoxication in a New Zealand Nightlife Environment. Journal of studies on alchohol and drugs, 79(1), 119-125.

DeJong, W., DeRicco, B., & Schneider, S.K. (2010). Pregaming: an exploratory study of strategic drinking by college students in Pennsylvania. Journal of American College Health, 58, 307-316.

Hughes, K., Anderson, Z., Morleo, M., & Bellis, M. A. (2007). Alcohol, nightlife and violence: the relative contributions of drinking before and during nights out to negative health and criminal justice outcomes. Addiction, 103, 60-65. doi:10.1111/j.1360-0443.2007.02030.x

Kuntsche, E., & Labhart, F. (2013). Drinking motives moderate the impact of pre-drinking on heavy drinking on a given evening and related adverse consequences- an event-level study. Addiction, 108, 1747-1755. doi:10.1111/add.12253

Rosiers, J., Möbius, D., & Schrooten, J. (2016). UItgaansonderzoek 2015. Brussel: VAD.

Santos, M. G. R., Paes, A. T., Sanudo, A., Andreoni, S., & Sanchez, Z. M. (2015). Gender Differences in Predrinking Behavior Among Nightclub' Patrons. Alcholism: Clinical & Experimental Research, 39(7), 1243-1251. doi:10/1111/acer.12756

Santos, M. G. R., Paes, A. T., Sanudo, A., & Sanchez, Z. M. (2015). Factors Associated with Pre-drinking Among Nightclub Patrons in the City of São Paulo. Alcohol and Alcoholism, 50(1), 95-102. doi:10.1093/alcalc/agu055

Wells, S., Graham, K., & Purcell, J. (2009). Policy implications of the widespread practice of 'pre-drinking' or 'pre-gaming' before going to public drinking establishments - are current prevention strategies backfiring? Addiction, 104, 4-9. doi:10.1111/j.1360-0443.2008.02393



ONDERZOEKSRESULTATEN

1 Populatiekenmerken

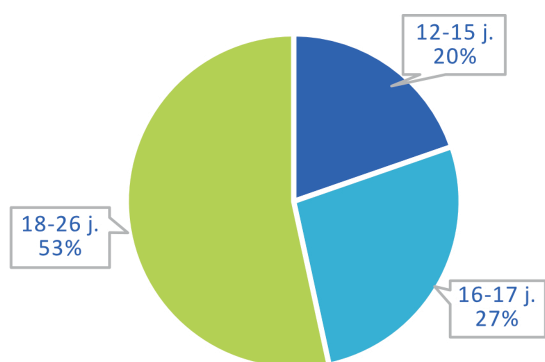
Algemeen

Geslacht

Er is een gelijke verdeling tussen beide geslachten (48% man, 52% vrouw), wat nauw aanleunt bij de algemene demografische verdeling.



Leeftijd

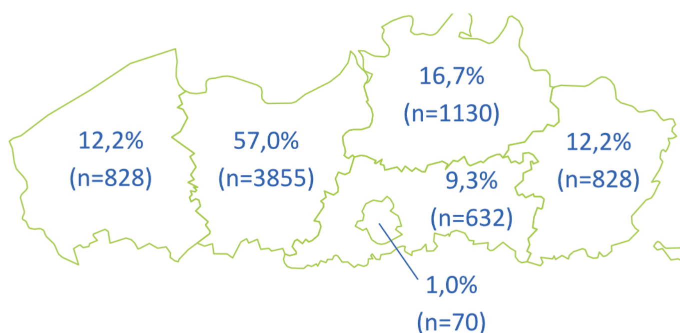


We delen de aangegeven leeftijd in in deze drie categorieën, conform de wettelijke bepalingen in ons land: het is verboden om alcoholhoudende dranken te verkopen, te schenken of aan te bieden aan jongeren onder de 16 jaar. Sterkedrank (incl. mixen, zoals cocktails en breezers) mag men niet verkopen, schenken of aanbieden aan jongeren onder de 18 jaar.

Er is een iets grotere groep 18+ers dan -18ers, maar als we het naar leeftijden in het kader van middelbaar onderwijs, respectievelijk hogere studies of arbeidsmarkt bekijken, dan zien we dat er toch quasi een fifty-fifty-verdeling is.

Woonplaats

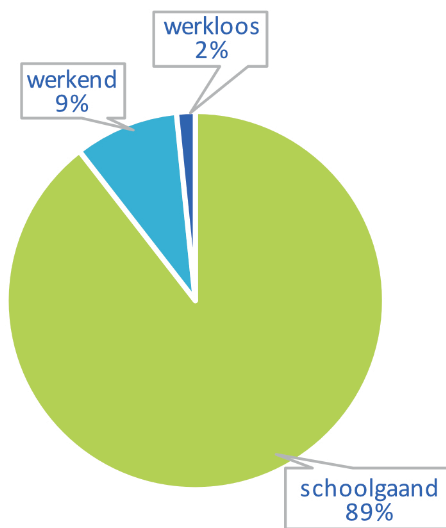
Duidelijk meer respondenten komen uit Oost-Vlaanderen, wat niet verwonderlijk is aangezien er in die provincie meer promotie is gemaakt, o.a. via (hoge)scholen en in Drugpunt-gemeenten. Behalve Limburg vertonen de andere Vlaamse provincies ook een behoorlijke participatiegraad.



Vier op de tien respondenten wonen in een Drugpunt-gemeente.

DRUGPUNT
PREVENTIEDIENST

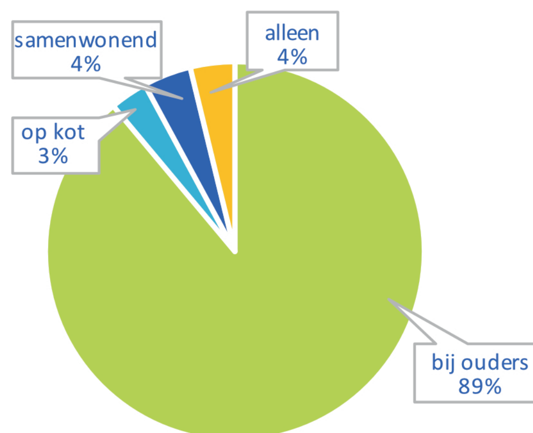
Situatie



De overgrote meerderheid van de respondenten is schoolgaand. Voor 12- tot 17-jarigen is dat evident vanwege de schoolplicht. Bij 18- tot 26-jarigen is dat iets minder het geval omdat er in die leeftijdsgroep naast studenten ook al heel wat op de arbeidsmarkt zijn. Zo blijkt uit cijfers van Statbel dat ongeveer 2/3e van de 15- tot 24-jarigen het statuut van student hebben. Onze steekproef gaat iets ruimer qua leeftijdsmarge, zowel aan de onderkant als aan de bovenkant, zodat direct vergelijken moeilijk is. Het verschil in aandeel studerenden is toch groot genoeg om te kunnen stellen dat de verhoudingen in onze steekproef duidelijk afwijken van die in de algemene populatie van jongeren en jongvolwassenen.

Woonsituatie

Het feit dat negen op de tien van de respondenten nog steeds thuis als hoofdwoonplaats aangeven, heeft te maken met de hoge graad aan leerlingen en studenten, die de stap naar zelfstandig wonen nog moeten zetten.



Conclusie

Vanwege enkele sterke afwijkingen (o.a. heel hoog aandeel respondenten die in Oost-Vlaanderen en meer bepaald in Drugpunt-gemeenten wonen en hoog aandeel leerlingen/studenten) kan er geen sprake zijn van een representatieve steekproef voor Vlaanderen. Toch is dit ook voor Vlaanderen een bruikbare verkennende studie omwille van de steekproefgrootte (n=6.773), de deelname vanuit alle provincies en de gelijke verhouding tussen mannen en vrouwen en tussen minderjarige jongeren (12-17 j.) en jongvolwassenen (18-26 j.).

In de vergelijking tussen Oost-Vlaanderen en de rest van Vlaanderen moet rekening worden gehouden met de ongelijke verdelingen qua geslacht en leeftijd, twee variabelen die een invloed kunnen hebben op prevalenties.



2 Prevalentie alcoholgebruik

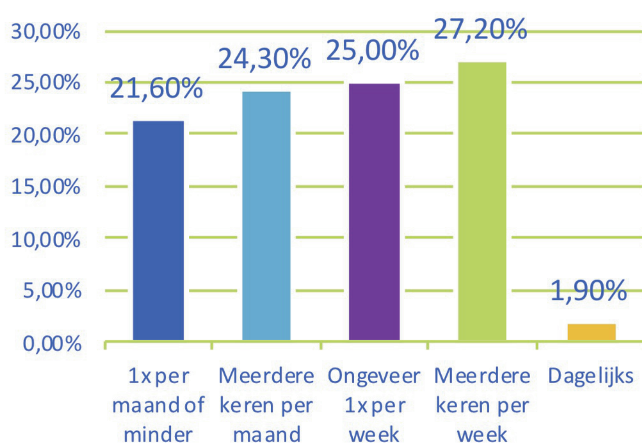
Algemeen

Levensprevalentie



90% heeft ooit alcohol gedronken, 10% nog nooit.

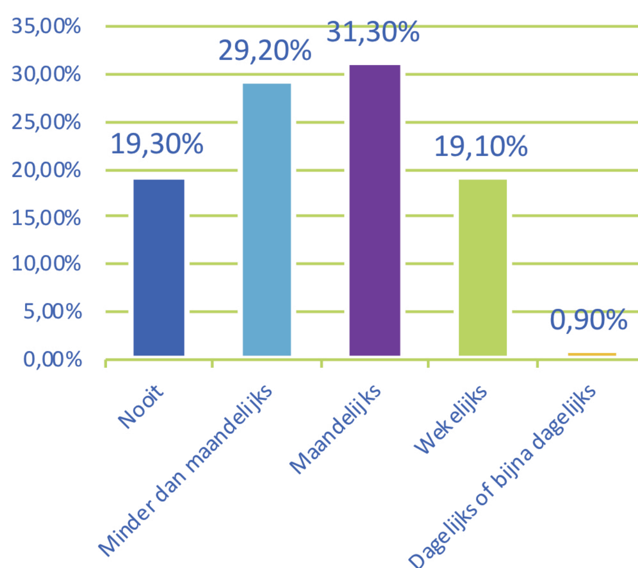
Frequentie (voorbije 3 maanden)



Onder alcoholdrinkers is de proportie regelmatige drinkers (54,1%) iets hoger dan de proportie occasionele gebruikers (45,9%).

Binge drinking

Nooit bingedrinken komt onder respondenten die alcohol drinken eerder zelden voor. De meesten doen eens per maand of minder aan bingedrinking. Eén op de vijf doet dat minstens één keer per week waarmee de richtlijn van VAD om gezondheidsrisico's te vermijden sowieso overschreden wordt, ook voor 18+ers. Het aandeel (bijna) dagelijkse bingedrinkers ligt proportioneel laag, maar deze kleine groep vertoont per definitie een hoog risicoprofiel.



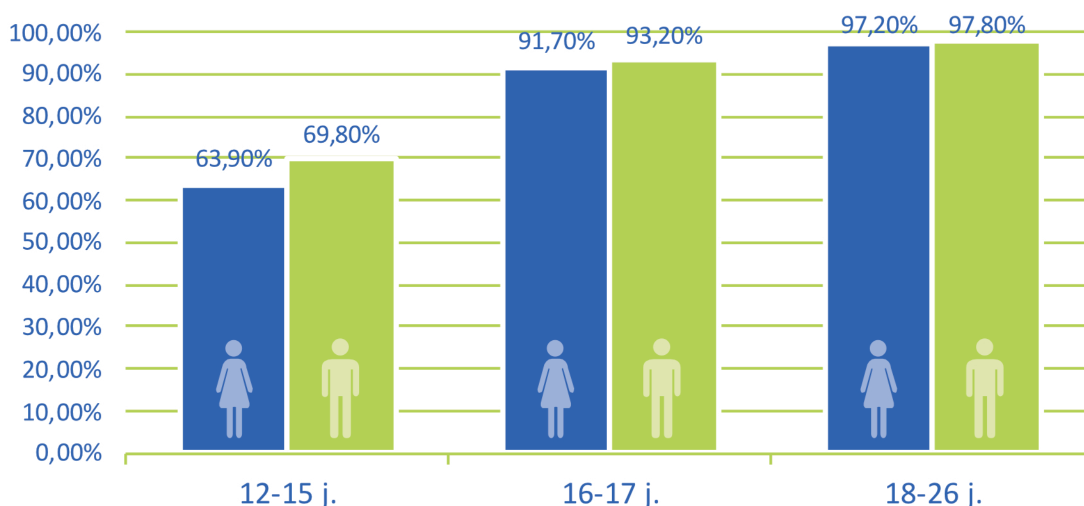
DRUGPUNT
PREVENTIEDIENST

Naar geslacht

Levensprevalentie



Iets meer vrouwen dan mannen hebben ooit alcohol gedronken, maar als we voor leeftijd controleren, worden de verschillen nog kleiner en/of zijn ze zelfs niet meer significant.



Frequentie (voorbije 3 maanden)

Zoals steevast in prevalentieonderzoek aangetoond, blijkt ook in dit onderzoek dat regelmatig gebruik (i.c. van 1 keer per week tot dagelijks) sterker een zaak van mannen (60,7%) dan van vrouwen (48,5%) is.

	1x per maand of minder	Meerdere keren per maand	Ongeveer 1x per week	Meerdere keren per week	Dagelijks
Man	20,7%	18,6%	23,0%	**34,7%**	**3,0%**
Vrouw	22,4%	**29,2%**	26,8%	20,7%	1,0%



Binge drinking

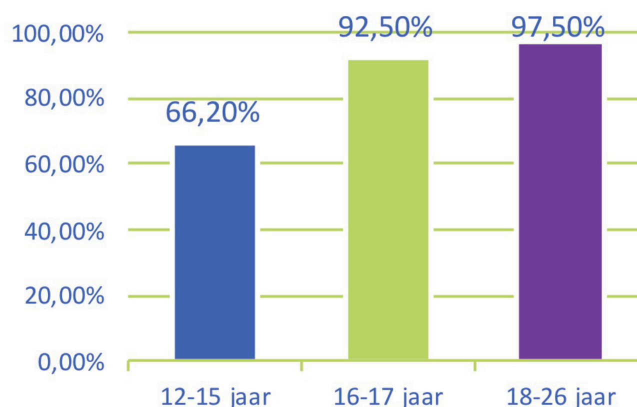
	Nooit	Minder dan maandelijks	Maandelijks	Wekelijks	Dagelijks of bijna dagelijks
Man	22,0%	22,5%	27,0%	**27,0%**	**1,5%**
Vrouw	17,8%	**33,1%**	**33,8%**	14,7%	0,6%

Een andere bevestiging van talloze andere onderzoeken vinden we in de frequentie van bingedrinking. Mannen kennen een duidelijk hoger aandeel dat frequent aan bingedrinking doet dan vrouwen: bij mannen 28,5% minstens eens per week, bij vrouwen is dat 15,3%.

Naar leeftijd

Levensprevalentie (ooit alcoholgebruik)

Conform bevindingen uit tal van andere onderzoeken neemt het aandeel drinkers van alcohol met de leeftijd toe tijdens het middelbaar onderwijs. Nadien is die stijging minder manifest, mede vanwege het plafondeffect.



Frequentie (voorbije 3 maanden)

	occasioneel		regelmatig		
	1x per maand of minder	Meerdere keren per maand	Ongeveer 1x per week	Meerdere keren per week	Dagelijks
12-15 jaar	**56,8%**	26,5%	9,8%	6,0%	0,9%
16-17 jaar	23,9%	**32,8%**	25,2%	17,0%	1,1%
18-26 jaar	11,7%	19,6%	28,7%	**37,4%**	2,5%

Hier geldt: hoe ouder, hoe frequenter het alcoholgebruik. Nemen we minstens 1 keer per week als maatstaf voor regelmatig gebruik dan zien we dat het aandeel stijgt van 16,7% bij 12- tot 15-jarigen, naar 43,3% bij 16-17-jarigen tot 68,6% bij 18- tot 26-jarigen. Dat betekent niet dat de focus per se op de oudste leeftijdsgroep ligt. Het feit dat één op de zes in de leeftijdsgroep die wettelijk gezien nog geen alcohol kan krijgen (12-15 j.) regelmatig alcohol drinkt is op zich een aandachtspunt in het voeren van preventie. Ook het feit dat bijna één op de vijf in de leeftijdsgroep 16-17 jaar meerdere keren per week tot dagelijks alcohol drinkt is een opvallend gegeven.



Omdat in de leeftijdsgroep 12-15 jaar vaak verwezen wordt naar de scharnierleeftijd van 13-14 jaar, wordt de jongste leeftijdsgroep nog eens opgesplitst. Dat geeft dan volgend beeld:

	occasioneel		regelmatig		
	1x per maand of minder	Meerdere keren per maand	Ongeveer 1x per week	Meerdere keren per week	Dagelijks
12-13 jaar	**83,2%**	7,6%	5,0%	1,7%	2,5%
14-15 jaar	52,7%	29,5%	10,5%	6,7%	0,7%
16-17 jaar	23,9%	32,8%	25,2%	17,0%	1,1%
18-26 jaar	11,7%	19,6%	28,7%	**37,4%**	**2,5%**

Inzake frequentie van alcoholgebruik zien we dat naarmate de leeftijd stijgt het aandeel frequente alcoholdrinkers toeneemt. Er is geen eenduidig kantelmoment aan te duiden. We zien eerder een bijna lineaire verschuiving van weinig frequent gebruik naar frequent gebruik over de vier leeftijdsgroepen heen.

Binge drinking

Ook inzake bingedrinking stijgt de frequentie naarmate de leeftijd stijgt. Terwijl in de groep 12- tot 15-jarigen een nipte meerderheid van de alcoholdrinkers nooit aan bingedrinking doet, is dat bij de leeftijdsgroep 18 tot 26 jaar heel klein geworden. Anderzijds is wekelijks tot dagelijks bingedrinking amper bestaande bij 12- tot 15-jarigen, maar zien we dat in de oudere leeftijdsgroepen stijgen tot meer dan een kwart bij de 18- tot 26-jarigen. Op die jonge leeftijd heeft al bijna de helft aan bingedrinking gedaan. Ongeveer 1 op de 20 doet dit wekelijks tot dagelijks (dat is ongeveer 1 leerling per klas).

	Nooit	Minder dan maandelijks	Maandelijks	Wekelijks	Dagelijks of bijna dagelijks
12-15 jaar	**53,9%**	24,0%	17,4%	3,4%	1,2%
16-17 jaar	20,6%	30,5%	35,7%	12,7%	0,6%
18-26 jaar	10,2%	29,9%	32,7%	**26,1%**	1,0%

DRUGPUNT
PREVENTIEDIENST

3 Indrinken

Algemeen

Prevalentie

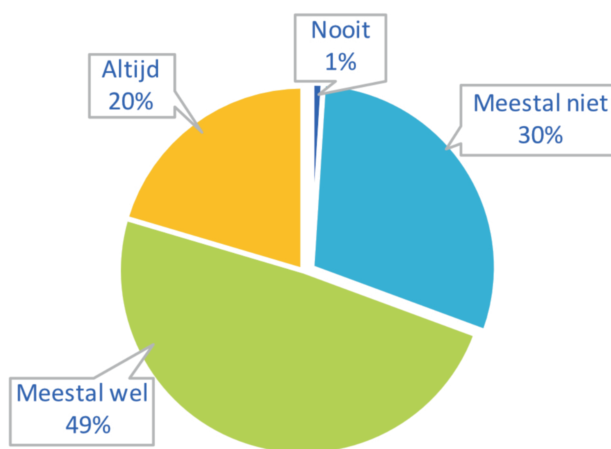


Levensprevalentie: 80,8% van diegenen die ooit alcohol dronken, heeft ooit ingedronken.

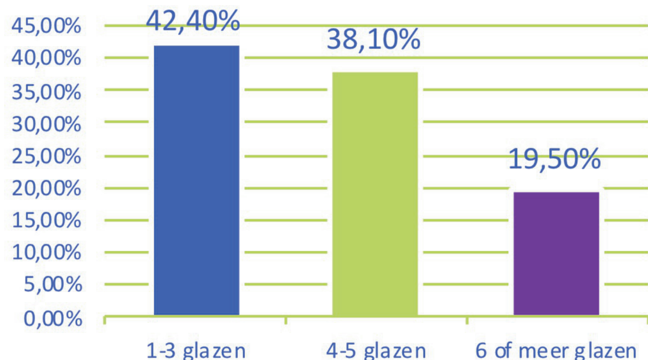
Laatstemaandsprevalentie: 71,9% van diegenen die ooit hebben ingedronken heeft de afgelopen maand ingedronken.

Frequentie indrinken

69,4% van de respondenten die in de laatste maand indronken, deden dit meestal of altijd.



Aantal glazen 2 uur voor uitgaan



De grootste groep indrinkers drinkt 1 tot 3 glazen in de 2 uur voor het uitgaan, al ligt het aandeel dat in diezelfde periode 4 of 5 glazen drinkt bijna even hoog. Minder hoog qua aandeel, maar zeker niet minder in het oog springend: één op de vijf drinkt 6 glazen of meer in de 2 uur voor het uitgaan[1], wat maakt dat die uitgaanders al met een hoog alcoholpromillage in het bloed aan het uitgaan beginnen.

[1] Het Amerikaanse NIAAA definieert bingedrinking als 4+ glazen op 2 uur tijd voor vrouwen en 5+ glazen op 2 uur tijd voor mannen, omdat je zo bij een gemiddelde volwassene aan 0,8 promille BAC komt. Gezien het feit dat ons onderzoek grotendeels over jongeren gaat en wij 6+ glazen voor mannen hanteren, zal de alcoholconcentratie in het bloed bij velen zelf nog hoger liggen op het moment dat ze uitgaan.



Plaats van indrinken en met wie

Bij vrienden thuis	Thuis	In een horecazaak	Buiten, in de buurt van uitgaans-gelegenheid	Andere categorieën
66,4%	9,1%	6,2%	5,6%	(<5%)

Bij vrienden thuis is duidelijk de voornaamste plaats van indrinken.

98,6% drinkt in met vrienden. Andere categorieën komen dus zo goed als niet aan bod.

Welke soort alcohol

Pils en lichtere bieren	Sterkedrank	Wijn	Cocktails	Zware bieren	Breezers / alcopops
40,4%	26,2%	16,2%	11,2%	3,3%	2,7%

Vier op de tien respondenten geven aan vooral met pils en lichtere bieren in te drinken. Een kwart doet dat vooral met sterkedrank, één op de zes met wijn en één op de negen met cocktails. Indrinken met zware bieren en breezers/alcopops komt eerder zelden voor.

Waar halen

Supermarkt	Nachtwinkels	Bij vrienden	Horeca (bar, café, club, party, ...)	Thuis	Elders
58,9%	21,1%	7,2%	6,4%	5,8%	(<1%)

De supermarkt is duidelijk de meest gekozen aanschafplek voor alcohol om in te drinken, gevolgd door nachtwinkels. Samen zijn zij voor 4 op de 5 de voornaamste plaats om alcohol te halen.

Belangrijkste reden

Gezelligheid	**37,1%**
Goedkoper	**30,4%**
Om in de stemming te komen	**24,0%**
Vlugger dronken	2,4%
Makkelijker sociale contacten leggen	1,0%
Omdat vrienden het doen	0,5%
Verkrijgbaarheid -16 / -18	0,5%
Geen specifieke reden	4,1%

Drie motieven om in te drinken springen er uit, in deze volgorde: voor de gezelligheid, omdat het goedkoper is en om in de stemming te komen. De eerste en de derde komen sowieso vaak aan bod als motief voor alcoholgebruik in het algemeen, wat maakt dat het goedkoper zijn een specifiek motief is om in te drinken.

Andere motieven worden amper aangehaald als de voornaamste reden.

Behoefte om te minderen

Tegenover een grote meerderheid (86,6%) die geen behoefte heeft om het indrinken te minderen, staat een kleinere maar niet te verwaarlozen groep (13,4%) die aangeeft het indrinken te willen minderen.

Welke denkpistes de respondenten aangeven om het indrinken te minderen, kan je lezen in de tekst van VAD-stagiair Sander Becue.



Naar geslacht

Prevalentie

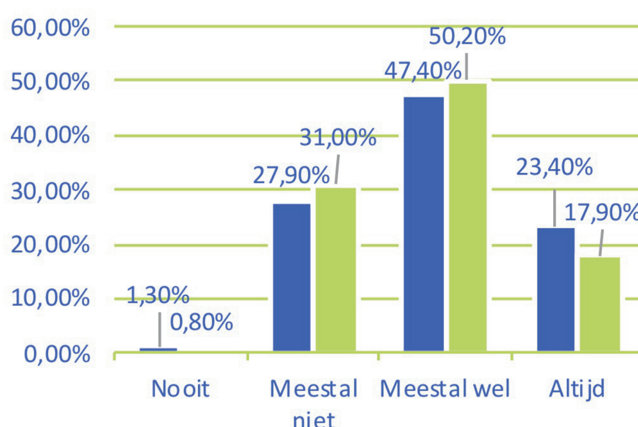


Er zijn tussen mannen en vrouwen slechts minieme verschillen qua ooit indrinken. Bij beide geslachten hebben 4 op de 5 personen die al alcohol dronken, ooit ingedronken.

Ook inzake indrinken in de laatste maand zijn er eerder kleine geslachtsverschillen. Relatief iets meer mannen (76%) dan vrouwen (68,4%) hebben de voorbije maand ingedronken.

Frequentie indrinken

Er zijn eerder kleine verschillen qua frequentie van indrinken. Het meest in het oog springend is het groter aandeel mannen dat altijd indrinkt.



Aantal glazen 2u voor uitgaan

	1 - 3 glazen	4 - 5 glazen	6+ glazen
Man	28,7%	40,0%	**31,3%**
Vrouw	**54,0%**	36,5%	9,5%

Op het vlak van aantal glazen in de 2 uur voor het uitgaan zijn er grotere geslachtsverschillen. Terwijl meer dan de helft van de vrouwen 1 tot 3 glazen drinkt, is dat bij mannen iets meer dan een kwart. Omgekeerd ligt het aandeel dat 6 of meer glazen drinkt veel hoger bij mannen dan bij vrouwen. In de context van indrinken vallen dus meer vrouwen (46 %) dan mannen (31,3 %) binnen de definitie van binge drinking.

Welke soort alcohol

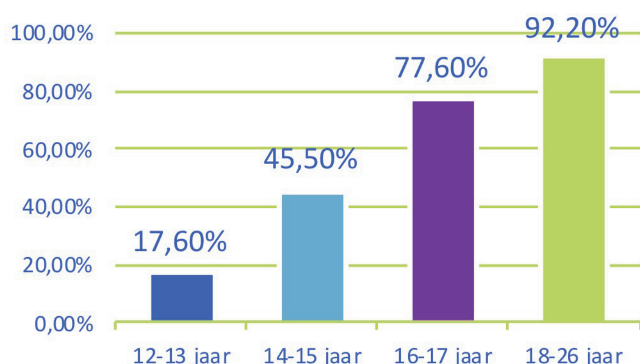
	Breezers / alcopops	Cocktails	Pils & andere lichte bieren	Sterkedrank	Wijn	Zware bieren
Man	1,1%	3,2%	**61,6%**	25,9%	2,7%	**5,5%**
Vrouw	4,0%	**17,9%**	22,7%	26,5%	**27,5%**	1,4%

Er zijn opvallende verschillen tussen mannen en vrouwen. Bieren, zowel pils en andere lichte varianten als zwaardere bieren, worden veel meer door mannen gebruikt om in te drinken. Bij vrouwen zijn cocktails en wijn duidelijk populairder dan bij mannen. Indrinken met sterke drank scoort bij beide geslachten even hoog, met name in ruim een kwart van de groep.



Naar leeftijd

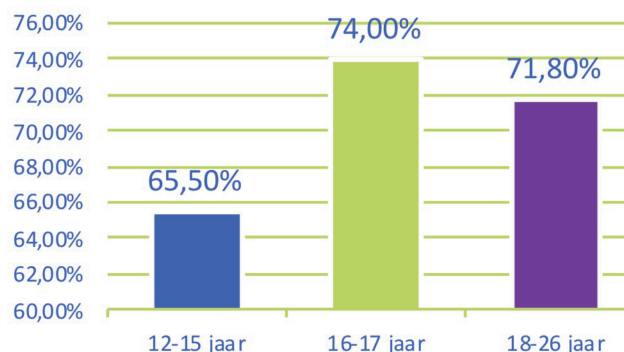
Levensprevalentie



Hoe ouder de respondentengroep, hoe hoger het aandeel dat ooit heeft ingedronken. De stijging verloop vrij lineair, dus een echt scharnierpunt tussen de leeftijdsgroepen is er niet te zien. Daarom ook beperkten we de volgende analyses tot de drie grote leeftijdsgroepen.

Laatstemaandsprevalentie

Opmerkelijk is dat bij wie al ooit indronk, dit over de drie leeftijdsgroepen heen in dezelfde grootteorde gebeurde in de voorgaande maand.



Frequentie indrinken

	Nooit	Meestal niet	Meestal wel	Altijd
12-15 jaar	**5,2%**	**48,4%**	34,5%	12,0%
16-17 jaar	0,7%	32,0%	**47,9%**	**19,4%**
18-26 jaar	0,7%	26,5%	**51,0%**	**21,8%**

In de jongste leeftijdsgroep drinkt iets meer dan de helft meestal niet of nooit in, wat tegelijk betekent dat toch al bijna de helft wél al indrinkt. In de twee oudste leeftijdsgroepen is er een duidelijke meerderheid die meestal tot altijd indrinkt.

4 Andere verbanden

Verband soort alcohol x waar halen

	Supermarkt	Nachtwinkel	Bij vrienden	Horecazaak (bar, café, club, party	Thuis	Jeugdhuis of jeugdbeweging	Tankstation
Breezers, alcopops	32,6%	**50,8%**	6,1%	2,3%	6,8%	0,0%	1,5%
Cocktails	59,2%	16,3%	**9,6%**	5,3%	**9,4%**	0,0%	0,2%
Pils en lichtere bieren	57,7%	17,5%	**8,8%**	**9,3%**	5,6%	1,0%	0,0%
Sterkedrank	54,9%	**33,3%**	6,2%	1,8%	3,3%	0,0%	0,5%
Wijn	**74,0%**	10,2%	3,7%	4,9%	7,2%	0,0%	0,0%
Zware bieren	49,4%	13,1%	5,6%	**23,8%**	6,3%	1,9%	0,0%

Er is een sprekend verband tussen het soort drank om in te drinken en de plaats waar men die aanschaft. Supermarkten zijn behalve voor breezers en alcopops voor alle dranken de belangrijkste aanschafkanalen. Voor breezers en alcopops zijn dat nachtwinkels. In nachtwinkels wordt ook vaak sterkedrank gekocht. Voorts zien we dat zware bieren vaker in horecazaken worden ingedronken.



Het beeld van waar men zich alcoholische dranken aanschaft varieert volgens de leeftijdsgroep.

(indien n>50 bij een alcoholische drank, dan worden voor die categorie geen percentages weergegeven)		Supermarkt	Nachtwinkel	Bij vrienden	Horecazaak (bar, café, club, party	Thuis
12-15 jaar	Pils en lichtere bieren	26,5%	**39,7%**	**23,2%**		7,3%
	Sterkedrank	16,2%	**59,0%**	13,3%		
16-17 jaar	Breezers, alcopos	29,9%	53,7%			
	Cocktails	34,5%	**28,1%**	16,5%	3,0%	**15,1%**
	Pils en lichtere bieren	49,7%	21,3%	15,3%	6,0%	7,5%
	Sterkedrank	38,8%	**44,2%**	11,6%	0,8%	4,7%
	Wijn	57,5%	**21,7%**	7,5%	6,7%	6,7%
18-26 jaar	Cocktails	**73,0%**	10,4%	5,3%	4,8%	6,1%
	Pils en lichtere bieren	64,9%	13,3%	4,4%	11,6%	4,6%
	Sterkedrank	67,8%	24,6%	2,6%	2,4%	2,1%
	Wijn	79,3%	7,3%	2,3%	4,5%	6,6%
	Zware bieren	51,3%	11,3%	3,5%	**26,1%**	6,1%

Een opvallend resultaat is dat de nachtwinkel de aanschafplek nr. 1 is op een leeftijd waarop een bepaalde drank niet gekocht mag worden. Zo halen zes op de tien -16-jarigen hun sterke drank in de nachtwinkel en vier op de tien hun pils en andere lichte bieren in dat soort handelszaken. Bij 16-17-jarigen koopt nog steeds bijna de helft sterke drank in nachtwinkels en ook het aandeel dat er cocktails of wijn aanschaft ligt duidelijk hoger dan gemiddeld. Nachtwinkels zouden dus zeker in de focus moeten komen als het op naleving van de wetgeving aankomt, maar andere kanalen mogen zeker niet buiten schot blijven. In de eerste plaats supermarkten waar een behoorlijk aandeel van de minderjarigen zijn alcoholische dranken koopt (bv. bijna evenveel 16-17-jarigen kopen het in de supermarkt als in de nachtwinkel). Ook de informele netwerken, zoals thuis en bij vrienden, zijn voor minderjarigen belangrijke kanalen om aan alcohol te geraken.

Eens de leeftijd van 18 jaar is bereikt, waarop er wettelijk gezien geen beperkingen meer zijn inzake verkoop van alcohol, wordt de supermarkt duidelijk het belangrijkste aanschafkanaal.

Verband reden indrinken x frequentie indrinken

	Nooit / meestal niet	Meestal wel / altijd
Gezelligheid	39,2%	**60,8%**
Goedkoper	20,4%	**79,6%**
Om in stemming te komen	22,4%	**77,6%**
Vlugger dronken	15,0%	**85,0%**
Makkelijker sociale contacten leggen	23,4%	**76,6%**
Omdat vrienden het doen	**76,9%**	23,1%
Verkrijgbaarheid -16 / -18	**64,0%**	36,0%
Geen specifieke reden	**73,1%**	26,9%

Niet alleen de respondenten die de meest gangbare motieven zoals gezelligheid, goedkoper en om in de stemming te komen aangeven, drinken meestal of altijd in. Het geldt ook voor wie vlugger dronken worden en makkelijker contacten leggen als motief aangeeft.

We zien dat wie aangeeft in te drinken omdat vrienden het doen eerder sporadisch indrinkt.. Dat geldt ook voor wie indrinkt omdat zij elders geen alcohol krijgen omwille van geldende wettelijke beperkingen.

	Behoefte om te minderen	Geen behoefte om te minderen
Gezelligheid	13,1%	86,9%
Goedkoper	11,3%	88,7%
Om in stemming te komen	14,7%	85,3%
Vlugger dronken	12,5%	87,5%
Makkelijker sociale contacten leggen	10,6%	89,4%
Omdat vrienden het doen	**38,5%**	61,5%
Verkrijgbaarheid -16 / -18	**32,0%**	68,0%
Geen specifieke reden	18,9%	81,1%



Verband reden indrinken X behoefte om te minderen

Vervolgens kijken we of er verbanden zijn tussen de motieven en de behoefte om in te drinken. Alhoewel er algemeen geen sprekend verband is, zien we dat er naargelang de motieven toch enkele verschillen zijn in de mate waarin men behoefte voelt om te minderen met indrinken. Meer bepaald kan er weer in 2 groepen worden ingedeeld: bij wie gezelligheid, goedkoper, om in stemming te komen, vlugger dronken en makkelijker sociale contacten leggen als motief aangeeft, is er zelden sprake van behoefte om te minderen met indrinken. Bij de respondenten die aangeven in te drinken omdat vrienden het doen, omwille van de niet verkrijgbaarheid onder de 16/18 jaar en zij die geen specifieke reden hebben om in te drinken, is er een meerderheid die stelt behoefte te hebben om te minderen.

Men zou hypothetisch kunnen stellen dat er een verband is tussen de frequentie van indrinken en behoefte om te minderen, in die zin dat wie vaak indrinkt eerder geconfronteerd wordt met nadelige gevolgen en daarom eerder overweegt om het indrinken te minderen. Zo'n verband lijken de antwoordpatronen in de laatste twee tabellen ook aan te geven, maar je kan dit enkel bevestigen door het te onderzoeken. Vandaar dit laatste verband:

	Behoefte om te minderen	Geen behoefte om te minderen
Nooit indrinken	36,7%	63,3%
Meestal niet indrinken	17,0%	83,0%
Meestal wel indrinken	12,6%	87,4%
Altijd indrinken	9,1%	90,9%

Verband frequentie indrinken x behoefte om indrinken te minderen

Er is een verband tussen de frequentie van indrinken en de behoefte om dat indrinken te minderen, maar dat verband is niet sterk. Opvallend is dat het een negatief verband is, wat wil zeggen dat naarmate de frequentie van indrinken hoger wordt de behoefte om te minderen kleiner wordt. Opvallend is dat de behoefte om te minderen het meest te vinden is in de groep die aangeeft nooit in te drinken. Mogelijk gaat het om mensen die vroeger indronken maar nu niet meer, waardoor een hogere behoefte om te minderen alsnog een logisch antwoord wordt.

DRUGPUNT
PREVENTIEDIENST

CONCLUSIE EN AANBEVELINGEN

1. Dit onderzoek bevestigt het vermoeden dat indrinken een **wijdverspreid fenomeen** is dat deel uitmaakt van de jongerencultuur. Indrinken heeft voor een deel van de jongeren een belangrijke sociale betekenis, maar vervat ook heel wat leeftijdsgebonden risico's. Een leeftijdsspecifieke aanpak, rekening houdend met het wettelijk kader, dringt zich op.

2. Het aantal problemen door alcoholgebruik is aanzienlijk, toch is de norm t.o.v. de **sociaal aanvaarde drug** 'alcohol' tolerant. Om deze reden moeten we blijven inzetten op campagnes zoals: "Tournée Minérale" en "Meer van Zonder". Zo kunnen we de huidige beeldvorming rond alcohol beïnvloeden.

3. Het feit dat al op jonge leeftijd het indrinken een zichtbaar fenomeen is toont de **belangrijke preventieve rol** aan die **ouders** kunnen spelen. Ouders hebben heel wat in huis om tieners te helpen gezonde keuzes te maken. In eerste instantie sta je als ouder altijd model. Het is daarnaast nuttig om ouders specifieke handvaten aan te reiken om rond het thema alcohol met hun kind te praten. Regels en afspraken maken is essentieel om jongeren te helpen die gezonde keuzes te maken. Lokaal georganiseerde vormingen zoals "Als kleine kinderen groot worden" zijn een manier om ouders hier in te ondersteunen.

4. Ondanks **verhoogde gezondheidsrisico's** is er bij jongeren en jongvolwassenen weinig spontane bereidheid om indrinken te minderen. Het is belangrijk om in overleg met jongeren via studentenorganisaties, jeugdkoepels,… te zoeken naar bestaande en/of nieuwe interventies om ook de risico's en negatieve gevolgen van indrinken in beeld te brengen, als tegengewicht voor de gepercipieerde 'voordelen' (goedkoper, met vrienden in de stemming geraken).

5. Er zit nog veel potentieel in het **samen zoeken naar interventies** die "het niet onder invloed toekomen" op een uitgaansgelegenheid aanmoedigen en belonen. Indien men bij deze interventies rekening houdt met die gepercipieerde voordelen (goedkoper met vrienden in de stemming geraken) verhoogt dit de doeltreffendheid.



6. Indrinken leidt voor de **horeca/organisatoren** niet enkel tot inkomstenverlies, maar ook tot een hoger risico op overlast en medische interventies. Het zou een grote meerwaarde zijn om in overleg met Horeca Vlaanderen en andere betrokken partijen structureel in te zetten op het implementeren van nieuwe en/of bestaande preventie en gezondheidsinitiatieven zoals Quality Nights, Quality Bars, Feest Wijzer, fuifcoaches,…

7. Het verdient een aanbeveling om verder in te zetten op het promoten en aanbieden van **gratis water** en een uitbreiding van het **alcoholvrij aanbod** binnen uitgaansgelegenheden. Deze interventies werken risico verlagend en kunnen overlast reduceren.

8. Omdat indrinken meestal gebeurt in een **private, zelden gesuperviseerde setting**, is het noodzakelijk om in overleg met verschillende actoren stil te staan bij interventies die net daar een impact kunnen hebben. Een voorbeeld hiervan is zorgen voor voldoende alcoholvrije alternatieven zodat degene die ervoor kiest om minder of geen alcohol te drinken voldoende keuzemogelijkheden heeft. “Meer van Zonder” is een campagne die dergelijk ruimer alcoholvrij aanbod wil stimuleren, en die de bedoeling heeft mensen volop de bewuste keuze voor alcoholvrije dranken te geven.

9. Uit de bevraging komt naar voor dat **supermarkten en nachtwinkels** de plaatsen bij uitstek zijn om aan de nodige alcohol te geraken, ook voor leeftijdsgroepen aan wie nog geen alcohol mag verkocht worden. Het lokaal in kaart brengen van hoe de naleving van de wet lokaal gebeurt, is nodig. Mystery shopping is hier een mogelijkheid. Het bestaande VAD protocol “lokale monitor” kan hier snel voor implementatie zorgen.

10. Hoe dan ook is een **geïntegreerde aanpak** noodzakelijk, waarbij jongeren, ouders, horeca, eventorganisatoren én detailhandel mee betrokken worden. Het **lokale niveau**, dichtbij de jongeren en jongvolwassenen, is hierbij het meest aangewezen. Verder onderzoek naar het fenomeen indrinken lijkt ons raadzaam.

Recent onderzoek van De Hogeschool Gent en de universiteiten van Gent en Luik ALCOLAW inzake de wet van 2009 over het schenken van alcohol aan jongeren (Van Havere et al., 2017) bevat een aantal gelijkaardige aanbevelingen waar we ons als drugpunten kunnen achter zetten.

Uit de verschillende beleidsaanbevelingen nemen we mee dat jongeren informeren en ondersteunen om gezonde keuzes te maken een prioriteit is. Interventies mogen zich echter niet enkel tot jongeren richten; bredere sensibiliseringscampagnes kunnen de rol van alcohol in onze cultuur in vraag stellen.

Lokale overheden dienen gemotiveerd te worden om een multicomponentenstrategie uit te werken in hun gemeente. Zo'n strategie combineert verschillende interventies, wat het effect van die interventies zal versterken. Unilaterale preventie-initiatieven zijn niet aan te raden, een geïntegreerde aanpak wel.

Bewustmaking met campagnes is niet genoeg. De campagnes moeten aangevuld worden met interventies thuis, op school en in de samenleving. Die interventies moeten uitgaan van de belangstelling van de jongeren zelf en focussen op beslissingsvaardigheden. Verder is het belangrijk dat de preventie niet alleen focust op één doelgroep, maar verschillende doelgroepen aanspreekt en dat ze ondersteund wordt door andere maatregelen, zoals wetgeving en handhaving.

Voor dit alles kunnen lokale overheden samenwerken met de lokale/intergemeentelijke preventiedienst -Drugpunt- die, samen met alle betrokkenen, lokaal en op maat een geïntegreerde preventieaanpak kan uitwerken.

(Van Havere, T., Dirkx, N., Vander Laenen, F., De Clercq, B., Buijs, T., Mathys, C., van Praet S., Deforche B., El Houti, A., Van Damme, J., Van der Kreeft, P., & Lemaître A. The Law of 2009 concerning the selling and serving of alcohol to youths: from state of the art to assessment. Policy recommendations Overview-Nederlands. Brussels : Belgian Science Policy 2017 – 7p. (BRAIN-be - (Belgian Research Action through Interdisciplinary Networks))

